

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAMAN
DI WILAYAH GENTAN KABUPATEN SUKOHARJO**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Progam Sarjana (S1)

Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

IMAM DAIRONI
B100120205

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAMAN
DI WILAYAH GENTAN KABUPATEN SUKOHARJO**

Yang ditulis oleh :

Nama : IMAM DAIRONI

NIM : B100120205

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2017

Pembimbing

(Sri Murwanti, SE, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Triyono, SE., M.Si)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **IMAM DAIRONI**
NIRM : **12.6.106.02016.500205**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, PROMOSI,
KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMAHAMAN DI
WILAYAH GENTAN KABUPATEN
SUKOHARJO**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 21 Januari 2017

Yang Membuat Pernyataan,

Imam Daironi

MOTTO

- ❖ Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah sungguh-sungguh (suatu urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhan-Mulah hendaknya kamu berharap
(Q.S. Al-Insyiqaq: 6-8)
- ❖ “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antarmu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”
(Q.S. Al-Mujadilah: 11)
- ❖ “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, kami akan menambah (nikmat) kepadamu”
(Q.S. Ibrahim : 7)
- ❖ “Barang siapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, maka Allah memudahkan bagi orang itu karna ilmu tersebut jalan menuju kesurga”
(H.R. Muslim)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya kecil ini kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Rasulullah Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam senantiasa tercurahkan pada beliau, *ahlul bait*, para sahabat, serta para pengikutnya hingga akhir zaman nanti.
3. Ayah dan ibu tercinta yang telah memberikan segalanya, doa, kasih sayang, dukungan dan pengorbanan yang begitu besar dalam hidupku.
4. Adikku tersayang Evita Risma Wati, keceriaan dan kegembiraannya menjadikan penghibur dalam menyelesaikan karya ini.
5. Ibu Sri Murwanti. SE., M.M selaku Pembimbing yang selalu sabar dalam membimbingku menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga Besarku terkasih, terimakasih atas segala motivasi dan semangat yang telah diberikan.
7. Atikah Nur Hidayah dan semua teman-teman FEB UMS jurusan manajemen angkatan 2012 yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dan untuk menganalisis harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan di wilayah Gentan Kabupaten Sukoharjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pembeli perumahan yang berada di wilayah Gentan Kabupaten Sukoharjo dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini konsumen pembeli perumahan di wilayah Gentan Kabupaten Sukoharjo sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui ada pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh promosi yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh fasilitas yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh secara bersama-sama harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the price has an influence on purchasing decisions, the promotion has an influence on purchasing decisions, product quality has an influence on purchasing decisions, the location has an influence on purchasing decisions, the facility has an influence on purchasing decisions and to analyze price, promotion, product quality , the location and the facilities together have an influence on purchasing decisions in the area of housing Gentan Sukoharjo district.

The population in this study are all consumers of housing buyers who are in the area Gentan Sukoharjo and samples used in this study consumer purchaser of housing in the area Gentan Sukoharjo while sampling techniques using purposive sampling method.

Based on the results of this study are known to exist significant price influence on purchasing decisions. There is a significant promotional effect on purchase decisions. There was a significant influence on the quality of the product purchase decisions. There is a significant effect of location on purchasing decisions. There was a significant effect of the facilities on purchasing decisions. No influence jointly price, promotion, product quality,

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, location, amenities and Purchase Decision

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Robbil'alamin. Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan tak lupa sholawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad yang selalu memberikan petunjuk kepada umatnya untuk selalu berjalan di jalan yang lurus dan benar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAMAN DI WILAYAH GENTAN KABUPATEN SUKOHARJO**. Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Jati Waskito, SE, M.Si selaku pembimbing akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Ibu Sri Murwanti, SE., MM selaku pembimbing skripsi yang senantiasa dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dari awal sampai terselesainya penulis skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan doa restu, kasih sayang, semangat, motivasi dukungan baik moral maupun spiritual serta kesabaran yang melimpah kepada saya selama ini.
7. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas bantuannya hingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman penulis belum sempurna, sehingga masih banyak kekurangan baik dalam penggunaan bahasa maupun penyajian data. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat pada semua pihak dan sebagai amalan yang tidak terputus.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surakarta, Januari 2017
Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	 7
A. Pengertian Pemasaran	7
1. Unsur-unsur Utama Pemasaran.....	8

2. Konsep Pemasaran	10
B. Harga	11
C. Promosi	14
D. Kualitas Produk	16
E. Lokasi	17
F. Fasilitas	18
G. Keputusan Pembelian	19
H. Penelitian Terdahulu	20
I. Kerangka Pemikiran	21
J. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	23
B. Data dan Sumber Data	25
C. Metode Pengumpulan Data	25
D. Definisi Operasional	26
E. Instrumen Penelitian	27
F. Metode Analisis Data	29
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Responden	37
B. Analisis Data	40
1. Pengujian Instrumen Penelitian	40
2. Uji Asumsi Klasik	43
3. Uji Hipotesis	45

a. Hasil analisis regresi linear berganda	45
b. Uji t.....	47
c. Uji F.....	54
d. Uji R^2	57
C. Pembahasan	57
BAB V. PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Keterbatasan Penelitian	61
C. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	37
Tabel IV.2	Karakteristik Tingkat Pendidikan	37
Tabel IV.3	Karakteristik Pekerjaan	38
Tabel IV.4	Karakteristik Usia Responden	39
Tabel IV.5	Karakteristik Status Perkawinan	39
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Harga	40
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	40
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	41
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	41
Tabel IV.10	Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	42
Tabel IV.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel IV.12	Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel IV.13	Hasil Uji Normalitas	44
Tabel IV.14	Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel IV.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel IV.16	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel IV.17	Hasil uji t	47
Tabel IV.18	Hasil Uji F	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	21
--------------------------------------	----